

Київський університет імені Бориса Грінченка

Інститут журналістики

Кафедра видавничої справи



## РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Медіа-консалтинг

для студентів

Спеціальності *061 Журналістика*

Освітнього рівня *другого (магістрського)*

Освітньої програми *«Видавнича справа та редагування»*



Київ-2018

**Розробники:**

Масімова Лариса Гагівна, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент

**Викладачі:**

Масімова Лариса Гагівна, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент

Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри видавничої справи

Протокол від 30 серпня 2018 року № 1

Завідувач кафедри Масімова Л. Г. Масімова

Робочу програму погоджено із гарантом освітньо-професійної програми з видавничої справи та редагування

\_\_\_\_\_ 2018 року

Гарант освітньо-професійної програми Шпак В. І. Шпак

Робочу програму перевірено

\_\_\_\_\_ 2018 р.

Заступник директора Інституту журналістики

з науково-методичної та навчальної роботи Росінська О. А. Росінська

Пролонговано

на 20\_\_/20\_\_ н.р. підпис (ПІБ), «\_\_»\_\_20\_\_ р., протокол № \_\_\_\_\_

на 20\_\_/20\_\_ н.р. підпис (ПІБ), «\_\_»\_\_20\_\_ р., протокол № \_\_\_\_\_

на 20\_\_/20\_\_ н.р. підпис (ПІБ), «\_\_»\_\_20\_\_ р., протокол № \_\_\_\_\_

на 20\_\_/20\_\_ н.р. підпис (ПІБ), «\_\_»\_\_20\_\_ р., протокол № \_\_\_\_\_

## 1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Характеристика дисципліни за формами навчання	
	денна	заочна
Вид дисципліни	обов'язкова	
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська	
Загальний обсяг кредитів/годин	4/120	
Курс	1	
Семестр	1	
Кількість змістових модулів з розподілом	3	
Обсяг кредитів	4	
Обсяг годин, в тому числі:	120	
Аудиторні	32	
Модульний контроль	8	
Семестровий контроль	-	
Самостійна робота	80	
Форма семестрового контролю	Залік	

## 2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою навчальної дисципліни «Медіа-консалтинг» є ознайомлення із структурою сучасного медіа-консалтингу та оволодіння прикладними аспектами та інструментарем щодо реалізації і забезпечення медіа-консалтингових процесів.

**Завдання** дисципліни передбачають:

- розвивати *інтегральну компетентність*: здатність вирішувати складні завдання і проблеми у галузі журналістики, здійснювати інновації у невизначених умовах і вимогах;
- розвивати *загальні компетентності* такі, як здатність генерувати нові ідеї (креативність); здатність проявляти когнітивну гнучкість та здобувати нові знання, уміння та інтегрувати їх з уже наявними; спроможність аналізувати явище, ситуацію, проблему, враховуючи різні параметри, фактори, причини; здатність адаптувати мислення для вирішення завдань у змінених умовах чи нестандартних ситуаціях.; здатність приймати обґрунтовані рішення. Здатність орієнтуватися на високий результат.
- розвивати *фахові компетентності* спеціальності: здатність критично осмислювати проблеми у професійній діяльності на межі предметних галузей.

## 3. Результати навчання за дисципліною

### Програмні результати навчання:

- знати інструментарій медіа-консалтингу;
- демонструвати здатність генерувати нові ідеї у своїй професійній діяльності;
- вміти приймати обґрунтовані рішення,
- вміти застосовувати знання з медіа-консалтингу;
- вміти комплексно розв'язувати проблему, складати новий план дій з огляду на зміну ситуації;
- вміти створювати стратегію розвитку видавничого бізнесу
- вміти використовувати інструментарій медіа-консалтингу в практичній діяльності;
- демонструвати здатність розробляти програму просування інформаційних продуктів у медіа-середовищі.

#### 4. Структура навчальної дисципліни

##### Тематичний план для денної форми навчання

Назви змістових модулів і тем	Усього	Розподіл годин між видами робіт					
		Аудиторна:					Самостійна
		Лекції	Семінари	Практичні	Лабораторна	Модульні	
Змістовий модуль 1. Особливості медіа-консалтингу у видавничій справі							
Тема 1. Специфіка медіа-консалтингу як сегмента ринку інтелектуальних послуг	2	2					
Тема 2. Професійні компетенції фахівця з медіа-консалтингу	2	2					
Тема 3. Види основних послуг у сфері медіа-консалтингу	29		4				25
Модульний контроль	2					2	
Разом	35	4	4			2	25
Змістовий модуль 2. Інноваційні технології медіа-консалтингу							
Тема 4. Технології медіаконсалтингу	6	2	4				
Тема 5. Технології введення інновацій у медіа-бізнес	31	2	4				25
Модульний контроль	2					2	
Разом	39	4	8			2	25
Змістовий модуль 3. Медіа-консалтинг у видавничій справі							
Тема 6. Тенденції розвитку медіа-консалтингу	6	2	4				
Тема 7. Перспективи впровадження медіа-консалтингу в структуру послуг видавничого підприємства	36	2	4				30
Модульний контроль	4					4	
Разом	46	4	8			4	30
Підготовка та проведення контрольних заходів							
Усього	120	12	20			8	80

## **5. Програма навчальної дисципліни**

### **Змістовий модуль 1. Особливості медіа-консалтингу у видавничій справі**

#### **Тема 1. Специфіка медіа-консалтингу як сегмента ринку інтелектуальних послуг**

Підходи до визначення поняття “консалтинг”. Сфера консалтингових послуг як складник світової економіки. Класифікації консалтингових послуг. Типологія сучасних консалтингових послуг. Ринок послуг медіаконсалтингу

#### **Тема 2. Професійні компетенції фахівця з медіа-консалтингу**

Нові професії у медіа-сфері. Контент-продюсер. Контент-редактор. Редактор соцмереж. Професійні компетенції фахівця з медіа-консалтингу.

#### **Тема 3. Консалтинг як елемент виробничої інфраструктури медіа підприємства.**

Визначення, сутність та види консалтингової діяльності у медіа. Принципи медіаконсалтингу. Розробити аргументи для конкретного видавництва за використання консультативного агентства та аргументи проти використання консультативного агентства. Ринок консультативних медіапослуг.

### **Змістовий модуль 2. Інноваційні технології медіа-консалтингу**

#### **Тема 4. Технології медіаконсалтингу**

Стратегічне планування у медіа-організації. Сторітейлінг.

Технології крос-медійних проєктів. Каунселінг як особлива сфера неметодичних порад консультанта з управління.

Коучинг як індивідуальна робота консультанта з керівником або іншим співробітником. Контент-маркетинг як технологія.

Технологія управління медіа-проєктом.

#### **Тема 5. Технології введення інновацій у медіа-бізнес**

Формування інноваційної стратегічної ідеї.

Фази нововведень у медіа-бізнесі.. Життєвий цикл нововведення медіа-організації.

Стратегія змін. Управління комплексними змінами у медіа-бізнесі. Причини опору змінам.

### **Змістовий модуль 3. Медіа-консалтинг у видавничій справі**

#### **Тема 6 . Тенденції розвитку медіа-консалтингу**

Розвиток ринку медіа-консалтингу. Послуги, що пропонують українські видавництва у сфері медіа консультування. Літературні агенції: перспективи розвитку.

#### **Тема 7. Перспективи впровадження медіа-консалтингу в структуру послуг видавничого підприємства**

Перспективи впровадження медіа-консалтингу в структуру послуг видавничого підприємства. Перспектива розвитку літературних агенцій на сучасному українському ринку. Загальна стратегія контент-маркетингу як послуги видавничого підприємства. Управління трансмедійними проєктами.

## 6. Контроль навчальних досягнень

### 6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студентів

Вид діяльності студента	Максимальна к-сть балів за одиницю	Модуль 1		Модуль 2		Модуль 3	
		кількість одиниць	максимальна кількість балів	кількість одиниць	максимальна кількість балів	кількість одиниць	максимальна кількість балів
Робота на практичному занятті	10	2	20	4	40	4	40
Лабораторна робота (в тому числі допуск, виконання, захист)							
Виконання завдань для самостійної роботи	5	1	5	1	5	1	5
Виконання модульної роботи	25	1	25	1	25	2	50
<i>Разом</i>	190		<b>50</b>		70		95
Максимальна кількість балів	190						
Розрахунок коефіцієнта	Розрахунок: $215:100=2,15$ Студент набрав: 175 балів Оцінка: $177: 2,15 = 82$ бали В (зараховано)						

### 6.2.Завдання для самостійної роботи та критерії її оцінювання

#### Змістовий модуль I ( 25 год.)

#### Тема 3. Види основних послуг у сфері медіа-консалтингу.

1. Розробити кейс для корпоративного видання.

#### Змістовий модуль II (25 год.)

#### Тема 5. Технології введення інновацій у медіа-бізнес

1. Розробити стратегію інноваційної діяльності конкретного видавництва.

#### Змістовий модуль III (30 год.)

#### Тема 7. Перспективи впровадження медіа-консалтингу в структуру послуг видавничого підприємства

1. Розробити проект просування видавничого продукту методами партизанського маркетингу.

Студенти презентують власний продукт з описом конкретної роботи, аналізом ефективних і неефективних елементів.

#### Етапи розробки проекту:

1. Підготовчий етап (дослідження ринку та аудиторії)
2. Визначити ціль проекту.
3. Розробити бізнес ідею як структурований проект (логічне дерево).

4. Аналіз можливих проблемних ситуацій та шляхів їх вирішення.
5. Реалізація проекту.
6. Резюме.
7. Захист проекту.

#### **Структура проекту:**

1. НАЗВА (стисло в одному реченні сутність проекту).

2. ЛОГО ПРОЕКТУ.

3. ОПИС ПРОЕКТУ:

Загальний обсяг – 3-10 сторінки (без врахування додатків)

- місія;
  - формулювання цілей проекту;
  - опис технологій;
  - загальна концепція (сюжет) проекту;
  - стратегія спілкування з замовником.
4. РІШЕННЯ ПРОБЛЕМНОЇ СИТУАЦІЇ:
- обґрунтування рішення;
  - обґрунтування альтернативних рішень;
  - можливі організаційні/технічні труднощі під час реалізації проекту;
  - як ці труднощі були подолані;
  - скільки **коштів, часу, інших ресурсів** було витрачено задля реалізації проекту.

5. РЕЗУЛЬТАТИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЕКТУ:

- детальний опис результатів, з використанням цифр, показників;
- додатки

6. ПІДСУМКИ: висновок замовника проекту.

7. ДОДАТКИ (якщо є).

#### **Критерії оцінювання самостійної роботи**

<b>№ п/п</b>	<b>Критерії оцінювання роботи</b>	<b>Максимальна кількість балів за кожним критерієм</b>
1	Дослідження ринку та аудиторії	1 бал
2.	Формулювання цілі	1 бал
4.	Актуальність проекту	1 бал
5.	Резюме	1 бал
6.	Реалізація проекту	1 бал
<b>Разом</b>		<b>5 балів</b>

#### **6.3. Форми проведення модульного контролю та критерії оцінювання**

Виконання модульних контрольних робіт здійснюється самостійно кожним студентом в електронному вигляді і прикріплюється до електронного курсу або здаються в роздрукованому вигляді.

Модульна контрольна робота проводиться після вивчення певного змістового модуля. Оцінюється за виконання завдань у формі, зазначеній викладачем

робочій програмі. *Форми* модульного контролю – проведення модульних робіт, що передбачають вирішення творчих завдань, ситуативних задач, самостійне створення документів тощо.

Кількість модульних контрольних робіт з навчальної дисципліни – 4, виконання кожної роботи є обов’язковим.

### **Модульна контрольна робота № 1**

Завдання:

Захист кейсу для корпоративного видання. Результати презентувати у вигляді презентації з обов’язковим обговоренням.

### **Модульна контрольна робота № 2**

Завдання:

Захист стратегії інноваційної діяльності конкретного видавництва. Результати презентувати у вигляді презентації з обов’язковим обговоренням

### **Модульна контрольна робота № 3-4**

Завдання:

Захист проекту просування видавничого продукту методами партизанського маркетингу. Результати презентувати у вигляді презентації з обов’язковим обговоренням.

*Критерії оцінювання:*

№ п/п	Критерії оцінювання роботи	Максимальна кількість балів за кожним критерієм
1	Практичне значення результатів	5 балів
2.	Презентувати основні результати роботи	5 балів
3.	Якість оформлення	5 балів
4.	Лаконізм і логічна послідовність викладу матеріалу	5 балів
5.	Відповідь на запитання (чіткість формулювання та відповідність запитанню)	5 балів
Разом		25 балів

## **6.4. Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання**

Семестровий контроль є результатом вивчення кожного модуля, який містить підсумок усіх форм поточного контролю та виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль включає бали за поточну роботу студента на семінарських заняттях, виконання самостійної роботи, модульну контрольну роботу. Семестровий контроль знань студентів проводиться у формі заліка і здійснюється після завершення вивчення навчального матеріалу.



### **6.5. Орієнтований перелік питань для семестрового контролю:**

1. Сфера консалтингових послуг як складник світової економіки.
2. Типологія сучасних консалтингових послуг.
3. Ринок послуг медіа-консалтингу.
4. Консалтинг як елемент виробничої інфраструктури медіа підприємства.
5. Нові професії у медіа-сфері.
6. Професійні компетенції фахівця з медіа-консалтингу
7. Принципи медіа-консалтингу.
8. Технології крос-медійних проектів.
9. Каунселінг як особлива сфера неметодичних порад консультанта з управління.
10. Коучинг як індивідуальна робота консультанта з керівником або іншим співробітником.
11. Контент-маркетинг як технологія.
12. Технологія управління медіа-проектом.
13. Послуги, що пропонують українські видавництва у сфері медіа консультування.
14. Літературні агенції: перспективи розвитку.
15. Структура послуг літературних агенцій.
16. Етапи стратегічного планування.
17. Структура маркетингового плану.
18. Інструменти контролю успішності стратегічного плану.
19. Перспективи впровадження медіа-консалтингу в структуру послуг видавничого підприємства.
20. Перспектива розвитку літературних агенцій на сучасному українському ринку.
21. Загальна стратегія контент-маркетингу як послуги видавничого підприємства.
22. Управління трансмедійними проектами.
23. Спонсорство як інструмент маркетингових комунікацій.
24. Формування інноваційної стратегічної ідеї.
25. Життєвий цикл нововведення медіа-організації

### **6.6. Шкала відповідності оцінок**

Оцінка	Кількість балів
Відмінно	100-90
Дуже добре	82-89
Добре	75-81
Задовільно	69-74
Достатньо	60-68
Незадовільно	0-59

## 8. Рекомендовані джерела

### Основна (базова):

1. Ілляшенко, Сергій Миколайович. Управління інноваційним розвитком [Текст] : навчальний посібник / С. М. Ілляшенко. - 2-ге вид., переробл. і доп. - Суми : Університетська книга ; Київ : Княгиня Ольга, 2005. - 324 с.
2. Менеджмент: навчальний посібник. У 2 т. Т. 1. Загальний менеджмент / рук. авт. кол. С.Ф. Поважний. – 3-тє вид., перероб. та доп. – Донецьк: ДонДУУ, 2012. – 331 с.
3. Скібіцький, О. М. Інноваційний та інвестиційний менеджмент [Текст] : навчальний посібник для студ. вищ. навч. закл. : 75-річчю Нац. авіаційного ун-ту присвячується / О. М. Скібіцький ; М-во освіти і науки України, Національний авіаційний університет. - Київ : Центр учбової літератури, 2009. - 404 с. - Библиогр.: с. 402-404.

### Допоміжна:

1. Гаркавенко С.С. Маркетинг: [підручник] / С.С. Гаркавенко [4-те видання доповнене]. – Київ: Лібра, 2006. – 717 с.
2. Герасимчук В. Г. Стратегічне управління підприємством. Графічне моделювання: Навч. посібник. — К.: КНЕУ, 2000. — 360 с.
3. Гонтарева І. В. Управління консалтинговою діяльністю. – Х.: Вид. ХНЕУ, 2010. - 136 с.
4. Довгань Л.Є., Каракай Ю.В. Стратегічне управління. Навч. посібник. – К: Видавництво «Центр учбової літератури», 2009. – 440
5. Довгань Л.П., Гудима О. Український консалтинг – проблеми росту // Економіка. Фінанси. Право (укр.). – 2000. – № 10. – С. 17-19.
6. Курбан О.В. PR в маркетингових комунікаціях (навчальний посібник) / О.В.Курбан. – К.: Вид-во «Кондор», 2013. – 254 с.
7. Управління проектами: Керівництво з ключових процесів, моделей і методів/ Наук. ред. Т.В. Герасимова. – Дп.: Баланс Бізнес Букс, 2006. - 224 с.

### Інтернет-джерела:

1. Галушкова О. О. Стан, проблеми та тенденції розвитку консалтингу в Україні / О. О. Галушкова // Управління розвитком. - 2014. - № 1. - С. 111-114. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uproz\\_2014\\_1\\_47](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uproz_2014_1_47).
2. Левіщенко О. С. Проблеми оцінки ефективності управлінського консалтингу / О. С. Левіщенко // Управління проектами, системний аналіз і логістика. Технічна серія. - 2012. - Вип. 9. - С. 333-337. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Upsal\\_2012\\_9\\_82](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Upsal_2012_9_82).
3. Рибаківа Т. О. Особливості реалізації консалтингового проекту / Т. О. Рибаківа // Управління проектами та розвиток виробництва. - 2010. - № 4. - С. 39-44. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uprv\\_2010\\_4\\_7](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uprv_2010_4_7).

## 7. Навчально-методична карта дисципліни «Медіа-консалтинг»

Разом: 120 год., лекції – 12 год., семінарські заняття – 20 год.,  
самостійна робота – 80 год., МКР – 8 год., семестровий контроль – залік

Тиждень	I	II	III	IV	V	VI	VII		VIII	IX	X	XI
Модулі	Змістовий модуль I				Змістовий модуль II				Змістовий модуль III			
Назва модуля	Особливості медіа-консалтингу у видавничій справі				Інноваційні технології медіа-консалтингу				Медіа-консалтинг у видавничій справі			
Кількість балів за модуль	50 б.				70 б.				95 б.			
Лекції	Специфіка медіа-консалтингу як сегменту ринку інтелектуальних послуг		Професійні компетенції фахівця з медіа-консалтингу		Технології медіа-консалтингу		Технології введення інновацій у медіа-бізнес		Тенденції розвитку медіа-консалтингу		Перспективи впровадження медіа-консалтингу в структуру послуг видавничого підприємства	
Семінарські	Види основних послуг у сфері медіа-консалтингу – 20 б.				Технології медіа-консалтингу – 20 б.		Технології введення інновацій у медіа-бізнес – 20 б.		Тенденції розвитку медіа-консалтингу – 20 б.		Перспективи впровадження медіа-консалтингу в структуру послуг видавничого підприємства – 20 б.	
Самостійна робота	5x1=5 б.				5x1=5 б.				5x1=5 б.			
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 1 – 25 б.				Модульна контрольна робота 2 – 25 б.				Модульна контрольна робота 3-4 – 50 б.			
Підсумковий контроль	Залік Усього 215 бали, коефіцієнт 2,15											